

# 为爱成交

## ——冠军销售的十大步骤

### 【课程简介】

课程时间	2天 6小时/天
授课对象	总经理/销售经理/销售员
授课方式	内训（根据客户需求订制）

### 【课程背景】

营销是企业的最重要的工作之一，有太多的企业有好的产品，但没有厉害的营销体系，缺乏有战斗力的营销团队，导致“酒香就怕巷子深”，好产品无人问津，业绩无法突破。

而营销不仅仅是找几个销售精英，做几个销售策略，降降价格那么简单，营销是一个系统，包括营销模式的设计、营销体系的构建和营销团队的打造。这节课主要讲的是营销团队的打造，如何用全世界所有营销高手总结出的步骤和方法训练普销售员，平凡的人也能变得不平凡，普通人也能创造冠军的业绩。

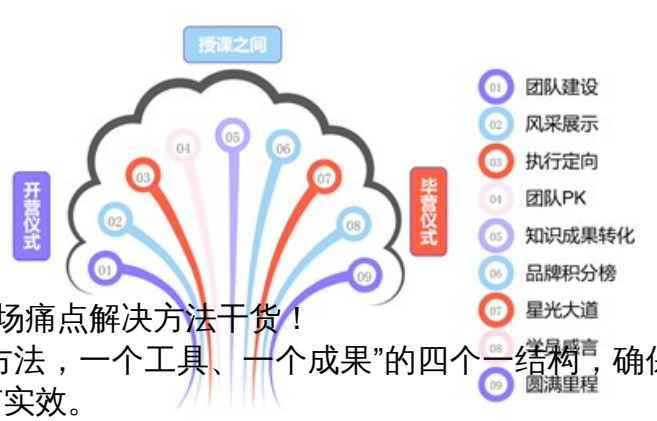
营销系统是企业的核心竞争力的体现，而营销系统中最重要的是营销团队，营销团队打造的关键是建立一套工业化的流程，用标准化的动作、话术、工具把销售冠军的做法复制给每一个普通员工，让新员工迅速产生业绩并像销售冠军一样具有战斗力，这就相当于复制了无数个销售冠军，倍增了无数的业绩。

### 【授课形式】

- 不是培训 是训练
- 不是上课 是实操

### 【课程亮点】

- 课程类型：干货！干货！全职场痛点解决方法干货！
- 课程设置：“一个痛点，一个方法，一个工具、一个成果”的四个一结构，确保特训营课程：听的懂、拿得走、用得上、有实效。



## 【课程大纲】

### 一：你是几段？——九段销售员



## 二、为什么不成交？—成交的奥秘

- 1、80%的人们，通常在顾客拒绝三次的时候，一般会选择永远的放弃；
- 2、只有 20%的人，在顾客拒绝了三次还敢再进攻；
- 3、这就是说，80%的人们在抢 5%-20%的生意和地盘，只有 20%的人们在争夺剩下的 80%-95%的生意和地盘；
- 4、但是，被拒绝五次以上的订单才是这个世界上最大的订单。

## 三、为什么会财富倍增？——销售冠军的十大思维

1. 不是“卖”，而是一起买；
2. 没有同质化的产品，这有找不到需求差异的销售员；
3. 没有任何两个客户因同样的动机买同样的东西；
4. 把自己想说的话让客户说出来；
5. 客户并非压价，而是找底价，要塑造客户认可的底价；
6. 客户不是买产品，而是“花钱止痛”；
7. 销售是先处理心情，再处理事情；
8. 90%的购买来自 10%的特点带来的关键利益，重复这 10%；
9. 销售彼此都要付出成本，最大限度让客户付出成本；
10. 没有人因友谊埋单，生意的本质是交换，让他觉得得到的比付出的多，“赚”了！

## 四、如何运用信念的力量来成交？—成交的八大信念

- 1、宇宙的三大力量

- (1) 什么是爱的力量？
- (2) 什么是信念的力量？
- (3) 什么是感恩的力量？
- 2、销售的关键在于成交
- 3、成交的关键还是在于成交
- 4、一切成交都是为了爱
  - (1) 爱他她就要成交他（她）
  - (2) 只有彻底的成交，才能彻底的帮助
  - (3) 任何大成交都是在被拒绝五次以后开始
  - (4) 不跟你买是他（她）们的损失
  - (5) 我爱你与你无关

### 【情景互动：感恩训练】

## 五、冠军销售的十大步骤

### 1、充分的准备

- (1) 客户类型分析——三种人和四色人
- (2) 产品类型分析——感性产品和理性产品
- (3) 客户分析——客户的四个角色（使用者、购买者、参谋、内线）
- (4) 掌握一套产品介绍话术
- (5) 掌握一套百问百答话术

### 【训练：产品话术提炼】

### 2、使自己的情绪达到巅峰的状态

- (1) 运用“注意力=事实”原理带动情绪
- (2) 运用想象的力量创造情绪
- (3) 运用动作带动情绪

### 【训练：全球经典自我激励方法练习】

### 3、建立信赖感

- (1) 怎样才能产生信赖感？
  - 专业度高
  - 挖出痛点
  - 给出方案
- (2) 如何给人亲和力？
  - 营造轻松氛围：称呼、幽默、赞美、认同
  - 进入对方频道：“模仿”对方

### 4、发现客户的需求和痛苦

A：发现（避苦 >> 趋乐）

- (1)、发现痛苦的能力就是收钱的能力；
- (2)、通过问，不是说（九字箴言：问问题、听他说、专心记）；
- (3)、会问（答案都在问题里）；
- (4)、问过去（过去代表消费价值观，过去能找到密码）。

B：确认需求与痛苦

- (1)、明确产生巨大力量；
- (2)、重复确认；
- (3)、确认需求就会发现痛苦。

C、将痛苦放大

- (1)、从时间、空间、范围放大；
- (2)、越痛苦越渴望改变，掏钱越块；
- (3)、让人感觉痛是一门艺术，不要一下撕裂。

#### D、在伤口上撒盐

- (1)、信念：任何人在我面前都是绝症病人，我是提供解药的人！
- (2)、谁给你痛，你会认为谁有药！

### 【训练：放大痛苦法话术演练】

#### 5、提出解决方案，塑造产品价值

- (1) 客户到底买什么？
- (2) 客户为什么会购买？
- (3) 塑造价值七步法
  - 对症下药（四色人）；
  - 提出无法抗拒的 10 个好处；
  - 这些好处价值多少钱；
  - 确认客户对价值的认同；
  - 自我见证；
  - 强有力的大客户见证；
  - 大胆开口要求

### 【训练：30 秒产品价值塑造演练】

#### 6、做竞争产品分析

- (1) 与同等级的竞争对手作比较
- (2) 与高端的产品作比较
- (3) 绝对不能批评竞争对手，而要适当赞美竞争对手
- (4) 讲出自己的产品的三大优势，以及一个无关痛痒的劣势
- (5) 讲出竞争对手的一大致命弱点

#### 7、消除反对意见

- (1) 解除抗拒点的步骤
  - 耐心倾听
  - 停顿
  - 问出真正原因
  - 确认抗拒点
  - 解除抗拒点
  - 确认满意
- (2) 解除抗拒点的方法
  - 不到最后不谈价格
  - 介绍产品时，永远把注意力放在客户获得的利益上
  - 强调物超所值的好处
  - 化整为零法

### 【训练：解除抗拒的角色扮演】

#### 8、成交

- (1) 成交的定义在于收到钱
- (2) 成交的关键话术
- (3) 成交的动作
- (4) 成交的道具

#### 9、要求转介绍

- (1) 为什么要立刻要求？

(2) 如何要求客户转介绍？

- 再次确认产品价值，并肯定和赞美他
- 要求介绍同等级的客户一到两位
- 要到电话号码
- 了解准顾客的背景资料
- 了解准顾客为什么会购买
- 电话预约准顾客，并肯定和赞美他

**【训练：转介绍话术演练】**

**10、客户服务**

- (1) 建立客户档案
- (2) 写随访信（微信）/ E-mail
- (3) 电话确认，再次表示祝贺
- (4) 兑现承诺
- (5) 持之以恒的联系
- (6) 再次要求转介绍
- (7) 适时推荐新产品

